



**You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Wspólnota śmiechu a tzw. suchar : potoczne myślenie o gatunku

Author: Aldona Skudrzyk

Citation style: Skudrzyk Aldona. (2015). Wspólnota śmiechu a tzw. suchar : potoczne myślenie o gatunku. W: D. Ostaszewska, J. Przyklenk (red.), "Gatunki mowy i ich ewolucja. T. 5, Gatunek a granice" (S. 161-168). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersytet ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Aldona Skudrzyk
Katowice

Wspólnota śmiechu a tzw. suchar Potoczne myślenie o gatunku

Tragizm (i dramatyzm) są uniwersalne. [...] Komizm natomiast wydaje się być związany z epoką, środowiskiem, antropologią kulturową.

Eco, 1998: 335

Śmiech, także humor i komizm „od zawsze” stanowiły przedmiot refleksji, wiązały się z pytaniem o naturę człowieka i świata. Humorologia jako interdyscyplinarna dziedzina akademicka rozwija się dopiero od kilkudziesięciu lat. Wśród przedstawicieli dyscyplin, wnoszących swój wkład w rozwój humorologii, ważne miejsce zajmują filozofowie, antropologowie i socjologowie kultury, także psychologowie, wreszcie teoretycy literatury i językoznawcy. Liczne są teorie dotyczące komizmu (trzy główne to: teoria wyższości, teoria niespójności i teoria wyzwolenia energii). Chcę się skupić na tych, które odwołują się do społecznej i psychologicznej funkcji śmiechu. Chcę bowiem spojrzeć — jak zapowiada temat — na aspekt wspólnoty śmiechu. Dość popularne jest stwierdzenie Henriego Bergsona, że śmiech jest spoiwem społecznym. Bergson podkreśla trzy istotne czynniki determinujące powstanie śmiechu:

- śmiech jest wyłączną domeną człowieka;
- mechanizm (i przyczyny) śmiechu mają naturę procesów intelektualnych;
- śmiech jest zjawiskiem społecznym (śmiechem grupowym) (BERGSON, 1977).

Podkreślenie społecznie pozytywnej funkcji humoru (śmiech jako środek „oswajania lęków”, łagodzenia stresów) jest najważniejszym wkładem Bergsona do współczesnej myśli o humorze. Widać tu więc, jak dalece refleksja nad humorem odeszła od wniosków Platona, który zdecydowanie radził, by śmiechu unikać¹.

¹ PLATON (1958: 137) twierdził, że śmiejemy się z cudzych wad i słabości; rozbawienie to stan „nienormalny” — wyprowadza nas z równowagi i wtedy tracimy kontrolę nad sobą. Dlatego stanów takich i sytuacji należy unikać.

Tytułowe pojęcie „wspólnota śmiechu” przejmuję od socjologa kultury Kazimierza Żygulskiego, który w swej pracy o komizmie, tak właśnie zatytułowanej, pisał, że śmiech wspólnotę tworzy, ale również wyrasta z pewnej więzi społecznej, rodzącej wspólnotę. Jego zdaniem potrzeba śmiechu i komicznej interpretacji zjawisk jest powszechna, istnieje w każdej ludzkiej zbiorowości, zmienne są natomiast jej konkretne przejawy, nasilenie oraz techniki tworzenia komunikatów komicznych (ŻYGULSKI, 1985). Można zatem zasadnie podjąć próbę spojrzenia na mechanizmy kulturowo-językowe, które ową wspólnotę tworzą.

W praktyce komunikacyjnej istnieje wiele różnych wspólnot śmiechu — nawet w obrębie jednego społeczeństwa. Twórczość przeznaczona dla każdego ze środowisk może pełnić funkcję integracyjną, może służyć także identyfikacji kulturalnej jednostki. Nietrudno uznać samo opowiadanie (ustne i pisane) dowcipów za narzędzie budowania takiej wspólnoty, uwypuklającej więzi społeczne dominujące w określonej grupie i świadczące o jej specyfice. Współcześnie interesującym forum powołującym do życia wspólnoty staje się internet. Powstają wspólnoty o nowej charakterystyce powiązań, gdzie nieważne są przyległość przestrzenna i bezpośredni kontakt itd., istotna natomiast jest identyfikacja innego typu: choćby pokoleniowa, środowiskowo-zawodowa, hobbystyczna itp.

Powstają także nowe wspólnoty śmiechu. Wykaz stron internetowych, które taką właśnie rolę odgrywają, jest bogaty², zawiera m.in. wiele stron związanych z drugim tytułowym pojęciem — z *sucharem*. Z szerokiego zakresu zagadnień komizmu chcę zająć się tu tylko tym właśnie typem twórczości humorystycznej — w języku młodzieżowym określanym jako *suchar* — mającym charakter anonimowy, powszechny (szeroko obecny w internecie).

W Nonsensopedii — internetowej polskiej encyklopedii humoru — pojęcie to pojawiło się w październiku 2011 roku; tę datę można zatem uznać za początek upowszechniania się pojęcia *suchar* w internecie. Encyklopedia ta podaje następującą, ujętą w charakterystyczny sposób, definicję *suchara*:

żart często powodujący załamanie nerwowe u odbiorcy. Są powszechne wśród młodzieży, a także wśród showmanów (Karol Strasburger, Szymon Majewski czy Kuba Wojewódzki).

Suchary są obecnie niedozwolone, gdyż Ministerstwo Zdrowia uznało, że powodują one epilepsję, depresję, ośpienie i suchy kaszel³.

Z Nonsensopedii dowiadujemy się także, że:

² Por.: <http://pizsuchary.pl/najnowsze> [data dostępu: 30 X 2014]; <http://suchary.com/> [data dostępu: 30 X 2014]; <http://www.strasburgery.pl/> [data dostępu: 30 X 2014]; <http://suchardnia.pl/> [data dostępu: 30 X 2014]; <http://www.eska.pl/atrakcje-szymorningu/suchary/19> [data dostępu: 30 X 2014].

³ Nonsopedia. <http://nonsensopedia.wikia.com/wiki/Suchar> [data dostępu: 10 XI 2013].

do najpopularniejszych reakcji należą: uderzenie się w czoło, płacz oraz wyrażenia „sucho”, „ale suchar”, „aż mi pranie wyszło”, „ale beton” czy „lol” (tzn. śmiech, po którym zapada martwa cisza; w ten sposób gasi się kogoś śmiechem) oraz „hahaha”. Ludzie mający kontakt z „osobami sucharzącymi” (lub „suszącymi”) zwanymi suchmistrzami (z niem. der Suchmeister) albo suszarkami, mają naderwane mięśnie od noszenia baniaków z wodą, co z kolei przyczynia się do bankructwa siłowni na wielką skalę. Jednak gdy uda się trafić na prawdziwego mistrza, dzięki jego sekwencjom można upaść na ziemię.

W ten oto sposób dowiadujemy się, że istotnym wyróżnikiem *suchara* jest to, że nie śmieszy on odbiorców, mimo iż zamiarem opowiadającego było właśnie ich rozbawienie. Żartobliwe definiowanie Nonsensopedii skonfrontowałam z ponad 100 definicjami podawanymi w badaniu przez młodzież studencką (z Wydziału Filologicznego Uniwersytetu Śląskiego).

Na podstawie takich wypowiedzi definiujących można przybliżyć następujące cechy badanych tekstów:

- taki żart jest: słaby; nieudany, mało śmieszny; oklepany; kiepski; głupi; banalny żart, prosty i ogłupiający; mało inteligentny żart; nie ma puenty; jest na tak niskim poziomie, że samo to już śmieszy a nie jego treść; najczęściej przybiera formę pytania i odpowiedzi, której nie spodziewałby się słuchający; zaskakuje swoją strukturą oraz zakończeniem; zawiera często grę słów, jest spójny pod względem kompozycji, ale często nie jest spójny w warstwie semantycznej; żart, który wykorzystuje paradoks — powoduje konsternację;
- z perspektywy odbiorcy: wywołuje śmiech raczej z politowania niż rzeczywistego rozbawienia; bardziej śmieszy to, że żart jest kiepski lub oczywisty niż sama jego treść; może wywoływać ironiczny uśmiech; nie śmieszy; wprowadza w zakłopotanie; żart, którego poziom jest bardzo niski; zostawia odbiorcę w konsternacji; cechuje się brakiem sensu, nie śmiesznością (śmiejemy się z nadawcy lub sytuacji, a nie samego żartu);
- z perspektywy nadawcy: wypowiedź miała być błyskotliwa, ale okazała się przeciwnie; śmieszny tylko dla nadawcy, dla odbiorcy niekoniecznie; jego sens z reguły zna tylko jego autor.

Wyróżnikiem omawianego typu tekstów jest — w opinii badanych, w ich potocznym definiowaniu — właściwie wyłącznie pragmatyczna charakterystyka dowcipów, czyli charakter ich mocy illokucyjnej, dokładniej — brak fortunny komunikatu. Perspektywa pragmatyczna każe więc patrzeć na ten typ żartu jak na niefortunny akt mowy. Próbuąc ustalić przyczynę owego braku radości przy odbiorze „suchara”, jako przykłady przywołam te, które znalazły się w różnych internetowych zbiorach w grupie najlepszych (takie wartościowanie dokonuje się na różnych stronach WWW).

— *Dlaczego reprezentacja Polski przegrała mecz?*

— *Bo grała z Katarzem.*

— *Czym Polak otwiera piwo?*

— *Czym prędzej.*

— *Jak nazywa się rozmowa rybaków?*

— *Pogawędka.*

— *Jak nazywa się stan USA, w którym rozdają koty?*

— *Dakota.*

— *Jak się nazywa zmiana imienia Klary?*

— *Deklaracja.*

— *Co robi handlarz?*

— *Dolce wita.*

— *W czym pieką Brytyjczycy?*

— *W wielkiej brytfannie.*

Żona do męża:

— *Jesteś najgorszym leniem, jakiego znam. Pakuj rzeczy i wynocha.*

— *Ty mnie spakuj.*

W wojsku:

— *Kowalski, nie widziałem Cię na ostatnich zajęciach z kamuflażu!*

— *Dziękuję sierżancie.*

Na najwyższych miejscach różnego typu list najpopularniejszych „sucharów” (najlepszych reprezentantów tego typu żartów) znajdują się te, których wyraźną cechą wspólną jest podstawowa zasada konstrukcyjna każdego z tych tekstów (zwykle dwureplikowych dialogów) — zawiedzione oczekiwanie. Ów odbiorczy zawód wywołuje jakiś rodzaj gry językowej, w którą zostaje on włączony:

- prosta wieloznaczność wyrazu stanowiącego replikę (*grać z Katarzem* — *grać z katarzem*);
- konieczność dezintegracji tego wyrazu (*poga + wędka, da + kota, de + klara + cja*);
- przywołanie obcojęzycznego frazeologizmu i jego defrazeologizacja przez odwołanie do nacechowanego potocyzmu (*‘dolce vita’ / dolce = pot. dolary*);

- skojarzenia brzmieniowe (*Wielka Brytania* / *wielka brytfanna*) i semantyczne, czyli odpowiedzi ilustrujące zarzuty stawiane w inicjacji dialogu (lenistwo i skuteczność kamuflażu).

Z perspektywy odbiorcy ten typ żartu jest swoistym testem na zdolność rozumienia takiej specyficznej wypowiedzi. Henri Bergson traktuje rozumienie dowcipów jako rodzaj aktywności intelektualnej. Tylko właściwa interpretacja intencji tekstu, jej skuteczne odczytanie daje — w kategoriach Austinowskich — zamierzony efekt perlokucyjny, którym jest jednoczący odbiorców śmiech. Skuteczność, fortuneść takiego działania komunikacyjnego zależy od kilku czynników związanych: w planie treści — ze znajomością realiów, relacji i związków między zjawiskami i rzeczami, w planie wyrażania — ze znajomością wyrazów i wyrażen języka, ich konotacji, wartościowania i ocen. Strategia opowiadania dowcipu może być dwojaka — można budować go tak, by izolować odbiorcę (w ujęciu Goffmana powiedzielibyśmy wtedy o „ataku na twarz odbiorcy”) lub włączać go we wspólnotę sensów i odczytań przez łatwość ich interpretacji. Ta pierwsza strategia staje się przejawem symbolicznej agresji wobec słuchacza / czytelnika. Jest ona stopniowalna. Propozycję gradacji agresji tego rodzaju w odniesieniu do dowcipów zaprezentował badacz humoru, językoznawca Neal NORRICK (1993). Uważa on, że najmniej owej symbolicznej agresji mają tzw. gotowe dowcipy, nieco więcej — gra słów, a najwięcej — kpina i sarkazm. Kryterium stopniowalności staje się poziom interpretacyjności puenty żartu, czyli łatwość osiągnięcia efektu perlokucyjnego: od najmniej abstrakcyjnego (gdy puenta właściwie jest łatwo, bezpośrednio ujawnialna), poprzez interpretację gry semantycznej, aż po odkrywanie znaczeń nieujawnianych językowo, zanurzonych kulturowo. Wspólnotę niewątpliwie najlepiej, najpewniej i najłatwiej buduje typ pierwszy, zasadniczo pozbawiony agresji symbolicznej.

Pośród wielu zbiorów „sucharów” o taki typ żartu słownego najtrudniej. Najczęstszą zasadą konstrukcyjną jest pytanie i nieoczywista na nie odpowiedź. Owa nieoczywistość zazwyczaj wynika z gry językowej na różnym poziomie języka.

Cechą definicyjną żartu typu „suchar” jest to, że żart ów nie śmieszy. Sądząc po liczbie stron internetowych stanowiących zbiory „sucharów”, sądząc dalej po liczbie wejść na nie i po liczbie tzw. polubień (lajków), te nieśmieszne żarty budują całkiem szeroką wspólnotę śmiechu / nieśmiechu. Ciekawe staje się pytanie o to, dlaczego omawiany typ żartu nie śmieszy. Logicznie rzecz ujmując, możliwe są dwie sytuacje:

- wysiłek intelektualny przy rozwiązywaniu tych humorystycznych zagadek jest zbyt mały, by dawał satysfakcję (żart stary, oklepany, łatwo rozwiązywalny),
 - wysiłek intelektualny jest zbyt duży, by łatwo przynosił sukces.
- Dla części internautów istotny jest, jak można sądzić, ten drugi powód.

Z językoznawstwa kognitywnego wyrasta semantyczna teoria humoru, sformułowana przez Victora Raskina w 1985 roku. Oparł on swą koncepcję na dwu komponentach:

- leksykonie — cała wiedza użytkownika języka na temat słów i ich znaczeń,
- regułach kombinatorycznych, dzięki którym może być konstruowana interpretacja semantyczna wypowiedzi.

Autor proponuje nawet termin „kompetencja humorystyczna”. Podstawowym pojęciem leksykonu jest „skrypt”, stanowiący — według autora — „dużą porcję semantycznej informacji otaczającej dane słowo lub wywołowaną przez nie [wyróżn. — A.S.]” (RASKIN, 1985, za: BRZOWSKA, 2000: 27). Każdy skrypt, czyli elementarna jednostka semantyczna, utrwalony w kulturze schemat poznawczy, wzorec postrzegania danego wycinka rzeczywistości, jest wywołwany przez znaczenie słowa⁴. Władysław CHŁOPICKI (1995) wprowadza tu pojęcie łańcucha inferencyjnego⁵.

Wywołanie reakcji rozbawienia wymaga od odbiorcy „suchara” interpretacji, przywołania tej porcji informacji, którą wiązać można z poziomem konotacji, ironii, aluzji, zabiegów dekompozycji, wieloznaczności, homonimii.

W dominującym dziś typie kultury z ekspansywną potocznością i poszerzającą się ikonicznością przewagę zyskuje myślenie konkretne, doświadczeniowe, które nie może stać się przekątnikiem konotacyjnego, kulturowego wymiaru znaczenia. Konotacji nie można wyczytać z kontekstu, nie da się jej wyprowadzić z oglądanego obrazu. Przejmuje się ją bowiem nade wszystko z doświadczenia kulturowego, z obcowania z pisanymi tekstami danej kultury. Przy ekspansywnej ikoniczności kultury przekaz zapośredniczony przez abstrakcyjne ze swej istoty pismo zastąpiony zostaje coraz częściej właśnie przekazem przez konkretny obraz (ekran, monitor). Włoski medioznawca i filozof, Giovanni Sartori, dostrzega swoiste przekształcenie się współczesnego człowieka z *homo sapiens* w *homo videns*. Człowiek rozumny, myślący, racjonalny zmienia się w osobę patrzącą, oglądającą: „dotąd świat, i zachodzące w nim wydarzenia, były nam opowiadane (opisywane); dziś są nam pokazywane, zaś opowieść

⁴ Dodać należy, że każde słowo danego języka wywołuje więcej niż jeden skrypt (CHŁOPICKI, 1995: 61), np. słowo *matka* wywołuje skrypty MIŁOŚCI, TROSKLIWOŚCI, OPIEKUŃCZOŚCI itd.

⁵ Tekst można uznać za dowcip, jeżeli spełnione są następujące warunki:

— Tekst jest zgodny w całości lub w części z dwoma różnymi skryptami.

— Dwa skrypty, z którymi tekst jest zgodny, są do siebie w opozycji (RASKIN 1985, za: CHŁOPICKI, 1995: 62—63).

Jeżeli wyrazy wchodzące w skład zdania ewokują skrypty niebędące wobec siebie w opozycji, to takie wypowiedzenie można zaliczyć do zwyczajnego trybu komunikacji międzyludzkiej. W przypadku odmiennym, czyli gdy w danej wypowiedzi wyrazy konotują treści semantycznie wyraźnie ze sobą kontrastujące, należy taką wypowiedź uznać za formę komunikacji, której celem nadrzędnym jest rozbawienie, wprowadzenie w błąd lub gra (CHŁOPICKI, 1995: 61).

(objaśnienie) pełni funkcję tylko uzupełniającą w stosunku do obrazów, które pojawiają się na ekranie” (SARTORI, 2007: 21).

Charakteryzując człowieka określanego jako *homo videns*, badacz przekonuje, że „język konceptualny (abstrakcyjny) został zastąpiony przez język percepcyjny (konkretny), który jest nieskończenie uboższy; uboższy nie tylko pod względem liczby słów, lecz przede wszystkim pod względem bogactwa ich znaczeń, zdolności konotacyjnych” (SARTORI, 2007: 28).

Zmiany kulturowe współczesności (demokratyzacja, ikonizacja) wzmacniają inferencyjny charakter komunikacji, kierując odbiorcę konstruującego pełny sens przekazu nie tyle w stronę tradycji tekstu i kodu językowego, ile w stronę obrazu i indywidualnego odbioru. To sprawia, że kultura i język przestają być dla wielu do końca światem zastanym. Semantyczna determinanta słowa jest w nim tylko jedną z możliwości. Odejście od konotacji uwarunkowanych kulturowo staje się często źródłem niepoprawnych komunikatów (najświeższe przykłady studenckich wypowiedzi pisanych: *pielęgnacja* ogniska domowego, *narrator zasiewał w przeciętnym odbiorcy poczucie wyższości*; *Marka piwa sugeruje już **koneksje** „Tatry” z górami*; *reklama **nie emanuje** aż tak bardzo manipulacją*; *słowa zawierają **kompleks** informacji na temat produktu*). W każdym z podanych przykładów wyraźnie widać, że to konotacyjny wymiar znaczenia staje się tym jego składnikiem, który wyraźnie i zdecydowanie ogranicza możliwość użycia wyrazu w każdym kontekście stylistycznym, sytuacyjnym czy społecznym. Kulturowe wykorzenienie nadawców sprawia, że tworzą oni niestosowne połączenia wyrazów. Przywoływane wyrazy o specyficznych konotacjach zostały przeniesione z kontekstów ich użycia, bez umiejętnego i właściwego rozpoznania wszystkich komunikacyjnych aspektów ich użycia, por. *pielęgnacja* ogniska domowego — *pielęgnacja* dotyczy raczej chorego; *narrator zasiewał w przeciętnym odbiorcy poczucie wyższości* — *zasiewać* ma znaczenie metaforyczne, ale łączliwość inną, np. *zasiewać niepokój*; *Marka piwa sugeruje już **koneksje** „Tatry” z górami* — *koneksje* oznaczają wprawdzie powiązania, ale bardzo specyficzne; *reklama **nie emanuje** aż tak bardzo manipulacją* — *emanować* można dobrem, pięknem, ale nie manipulacją; *słowa zawierają **kompleks** informacji na temat produktu* — *kompleks* w istocie oznacza całość, ale nie do każdej całości wyraz ten może być odniesiony.

Może zatem omawiane teksty żartobliwe są nieśmieszne, bo wymagają pewnego intelektualnego wysiłku, przejścia od konkretnego (kodu ograniczonego) do operacji abstrakcyjnych, jakże dalekich od konkretnego. I nie śmieszą już w dobie postmyślenia:

Robiła baba na drutach, przejechał tramwaj i spadła.

Przychodzi baba do lekarza, a lekarz też baba.

Inna rzecz, że określenie *suchar* coraz częściej staje się po prostu synonimem kawału, żartu i zaczyna pełnić funkcję perswazyjną — przyciąga odbiorców do stron WWW z dowcipami różnego typu.

Literatura

- BERGSON H., 1977: *Śmiech. Esej o komizmie*. Przeł. S. CICHOWICZ. Kraków.
BRZOZOWSKA D., 2000: *O dowcipach polskich i angielskich. Aspekty językowo-kulturowe*. Opole.
CHŁOPICKI W., 1995: *O humorze poważnie*. Kraków.
ECO U., 1998: *Semiologia życia codziennego*. Warszawa.
NORRICK N.R., 1993: *Conversational joking*. Bloomington.
PLATON, 1958: *Państwo*. Przeł. W. WITWICKI. Warszawa.
SARTORI G., 2007: *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*. Przeł. J. USZYŃSKI. Warszawa.
ŻYGULSKI K., 1985: *Wspólnota śmiechu. Studium socjologiczne komizmu*. Warszawa.

Aldona Skudrzyk

The Community of Laughter and a Stale Joke The Popular Thinking About the Genre

Summary

Publishing collections of certain type of jokes — called stale jokes — has become popular among Internet users. Around these collections, particular communities of laughter are being established. The common awareness of the divergence of these forms from other types of humorous expressions endows them with certain characteristic features, which are manifested in the pragmatic incongruity of these acts of speech. In the article, the relation between the contemporary culture of derivative orality and iconicity, and the incongruity or ineffectiveness of stale jokes, is reflected upon.